



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang Tempat Penelitian

1. Sejarah Kebab Turki Baba Rafi

Ide untuk mengembangkan usaha kebab Turki di Indonesia berawal saat Hendy Setiono pergi ke Timur Tengah dan menemui banyak penjual makanan khas Turki, kebab, yang dibuat dari daging sapi panggang, diracik dengan sayuran segar, dan dibumbui mayonaise, lalu digulung dengan tortila. Sebenarnya, kebab banyak beredar di Qatar dan negara Timteng lainnya. Namun menurut Hendy, kebab paling enak adalah dari Istambul, Turki. Karena itu, dia menggunakan trade mark Turki untuk menarik calon pelanggan.

September 2003, gerobak jualan kebab pertamanya mulai beroperasi. Tepatnya di salah satu pojok Jalan Nginden Semolo, berdekatan dengan area kampus dan tempat tinggalnya. Modal awal yang dikeluarkan Hendy saat itu sebesar Rp 4 juta yang ia gunakan untuk membeli gerobak (gerai) dan peralatan lainnya seperti kompor dan penggorengan. Soal nama kedainya Baba Rafi, dia mengaku terinspirasi nama anak pertamanya, Rafi Darmawan. Baba berarti bapak, jadi Baba Rafi berarti bapaknya Rafi.

Kini sudah sekitar 1000 gerai yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Setelah melebarkan sayap ke Malaysia, maka target Kebab Turki Baba Rafi selanjutnya adalah menaklukkan Negeri Gajah Putih, Thailand. Hendy pun telah menandatangani MoU dengan Filipina untuk membuka cabang di sana.¹

2. Konsep Usaha Kebab Turki Baba Rafi

Hendy sang pemilik perusahaan ini mempunyai alasan mengapa memakai gerobak untuk kedainya. Pertimbangannya karena membuat gerobak lebih murah daripada membuat kedai permanen, tidak perlu banyak modal. Gerobak pun fleksibel, bisa dipindah-pindah.

Untuk menjaga kualitas bahan baku, terutama daging untuk kebab, Kebab Turki Baba Rafi bekerja sama dengan salah satu perusahaan makanan terkenal, PT Belfoods Indonesia, yang sudah meraih sertifikat halal MUI dan persyaratan dari Badan Pengawas Obat-

¹ <http://wirausahaindonesia.com/archives/kebab-turki-baba-rafi#.UvxjX9xkNkI> (diakses 3 Maret 2013)

obatan dan Makanan (BPOM). Sedangkan untuk mendistribusikan daging, Kebab Turki Baba Rafi mendirikan gudang di kota-kota besar, seperti Surabaya, Malang, dan Semarang. Melalui gudang inilah daging yang dibutuhkan dipasok ke gerai-gerai yang tersebar di sekitarnya. Pengiriman daging ini dilakukan dua kali seminggu atau tergantung kebutuhan.

Selain kebab, menu lain yang terdapat di Kebab Turki Baba Rafi adalah hotdog, beef burger, chicken burger, syawarma, bigmac sapi dan ayam serta burger chrispy. Sejak 2004 usaha Kebab Turki Baba Rafi dikelola secara waralaba (*Franchise*). Hingga kini sudah resmi dibuka sebanyak 1000 outlet.²

3. VISI dan Misi Kebab Turki Baba Rafi

Sebagai perusahaan yang besar dan mempunyai tujuan yang jelas, Kebab Turki Baba Rafi mempunyai visi dan misi sebagai berikut³

:

VISI:

“Berusaha untuk menjadi bisnis waralaba kebab yang terbesar, yang menguntungkan dan yang paling berpengaruh di dunia.”

MISI:

“Kami berusaha untuk menjadi bisnis waralaba kebab terbesar di dunia dengan menawarkan rasa dan kualitas dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang memuaskan untuk para *Franchisee* dan pelanggan. Kami juga memiliki tujuan untuk

² <http://aftshop.blogspot.com/p/sukses-di-usia-muda.html> (diakses, 3 Maret 2014)

³ Observasi, Kebab Turki Baba Rafi Malang, (8 Maret 2014)

meningkatkan sumber daya manusia dengan mengadakan program dan tanggung jawab sosial yang dapat membantu masyarakat dan pemegang saham”

4. Kelebihan *Franchise* Kebab Turki Baba Rafi

Kelebihan Kebab Turki Baba Rafi sehingga sangat cepat dalam pemasarannya⁴ :

- a. Kami adalah PIONER *Franchise* Kebab Lokal di Indonesia
- b. Brand “KEBAB TURKI BABA RAFI” sudah kuat dan melekat di masyarakat
- c. Inovasi terus menerus dengan berorientasi pada kepuasan customer
- d. Bahan baku murah dan disupply rutin
- e. Proyeksi ROI (Return On Investment) cepat, 1-2 tahun
- f. Kami telah berpengalaman lebih dari 5 tahun dan terbukti sukses (telah berdiri lebih dari 1000 outlet cabang)
- g. Sistem telah teruji dan mudah diaplikasikan
- h. Manajemen yang handal dan profesional
- i. Resiko kegagalan kurang dari 5 %
- j. Design outlet yang selalu up to date
- k. Pangsa pasar yang terus berkembang

⁴ Observasi, Kebab Turki Baba Rafi Malang, (8 Maret 2014)

5. Fasilitas

Setelah seseorang bekerja sama dengan Kebab Turki Baba Rafi, dan telah menjadi penerima hak waralaba (*Franchisee*) maka mereka berhak mendapatkan⁵ :

a. Fasilitas Yang Didapatkan:

- 1) Survey lokasi dicarikan
- 2) Recruitment & training karyawan
- 3) Satu unit counter
- 4) Paket perlengkapan counter lengkap
- 5) Alat burner kebab
- 6) Paket promosi (banner, neon box, flayer, dll)
- 7) Manual book (SOP)
- 8) Software keuangan
- 9) Team quality control (maintainance & monitoring)
- 10) Promosi ke media nasional dengan target end user
- 11) Team management yang solid
- 12) Masa kerjasama selama 4-5 tahun
- 13) Sistem operasional yang sudah terbukti

b. Fasilitas Yang Diperlukan:

- 1) Lokasi Berada di tempat strategis (sewa) : daerah kampus, perumahan, pusat belanja, mal, dll
- 2) Luas Tempat Sewa Sesuai Ukuran Outlet

⁵ <http://babarafi.com/new/facilities-conditions/> (diakses 8 Maret 2014)

- 3) Tenaga Pelaksana (Operator yang memenuhi kualifikasi dan di-training KTBR)
- 4) Transportasi Lokal (sepeda motor)
- 5) Freezer Box
- 6) Bahan Baku Awal

6. Isi Perjanjian Franchising antara *Franchisor* dengan *Franchisee* pada Kebab Turki Baba Rafi

- a. Supporting *Franchisor* (Pusat)
 - 1) Menyediakan training karyawan/ti
 - 2) Menyediakan Perlengkapan yang dibutuhkan dalam bisnis Kebab Turki Baba Rafi
 - 3) Menyediakan kelengkapan bisnis Kebab Turki Baba Rafi
 - 4) Menyediakan stock bahan baku utama
 - 5) Melaksanakan training secara berkala, baik di training center maupun di cabang
 - 6) Melakukan audit control seluruh cabang
 - 7) Melakukan perubahan harga jual ke konsumen
 - 8) Melakukan kegiatan promosi nasional
- b. Peranan *Franchisee* (Penerima)
 - 1) Mengajukan usulan lokasi tempat
 - 2) Melakukan pengawasan secara menyeluruh peralatan, disiplin karyawan
 - 3) Melakukan pembelian bahan baku Kebab Turki Baba Rafi

- 4) Bertanggung jawab atas hasil penjualan
- 5) Bertanggung jawab atas biaya sewa tempat / Lokasi
- 6) Melakukan promosi kurang lebih radius 1 km-1,5 km dari outlet

B. Bentuk-Bentuk Tanggung Jawab *Franchisor* Terhadap Pembinaan Usaha *Franchisee* di dalam Bisnis Waralaba (*franchise*).

Pembinaan terhadap *franchisee* artinya pelatihan dilaksanakan setelah ada hasil kerjasama. Pelatihan dilakukan agar para *franchisee* memiliki pengetahuan, kemampuan dan keterampilan sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang mereka lakukan. Melaksanakan pelatihan berarti mengembangkan pengetahuan para pemilik *franchisee* untuk lebih mengenal dan memahami tentang:

1. Detail tentang proses produksi lebih mendalam.
2. Tujuan yang akan dicapai.
3. Kerjasama dalam menjalankan usaha.
4. Kesulitan-kesulitan yang dihadapi *franchisee*.
5. Kebijakan dan peraturan yang berlaku dalam perusahaan.
6. Sistem dan prosedur yang digunakan *franchisor*.
7. Menjaga kualitas hasil produksi.

Franchisee diharuskan menuntut perusahaan untuk training atau pelatihan, yang merupakan salah satu kegiatan yang perlu dilakukan oleh *franchisor* untuk membantu *franchisee*-nya agar lebih sukses. Dalam melakukan training tidak cukup hanya dengan melakukan sekali atau dua

kali training. Hal ini dikarenakan ilmu dan pengalaman bisnis yang harus diberikan dari *franchisor* ke *franchisee* karena memang telah diwajibkan dalam Pasal 8 Peraturan pemerintah No.42 Tahun 2007 yang mengharuskan pembinaan/pelatihan usaha. Kegiatan pelatihan yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee* nya pada umum nya terdiri dari 5 jenis, yaitu⁶:

1. Initial training

Initial training atau pelatihan awal merupakan pelatihan yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*-nya yang baru. Initial training ini biasanya berisi tentang informasi mengenai perusahaan *franchisor*, informasi mengenai produk, penjelasan mengenai Standard Operating Procedure (SOP) di outlet, serta tata cara melakukan kegiatan pemasaran, operasional dan administrasi di outlet milik *franchisee*. Umumnya initial training ini tidak dikenakan biaya kepada *franchisee*, karena sudah dihitung dari besaran *franchise fee* yang dibayarkan oleh *franchisee* diawal kerjasama.

2. Refresher training

Refresher training atau pelatihan penyegaran biasanya dilakukan secara berkala, bisa dibuat 6 bulan sekali atau 1 tahun sekali. Refresher training ini bertujuan untuk mengingatkan

⁶ Wahdi Fakhrozy, "Pentingnya Mempersiapkan Training Bagi *Franchisee*". Internasional *Franchise Business Management*, 8 (april 2013), h. 1

kembali karyawan dari outlet *franchisee* mengenai SOP yang dimiliki oleh perusahaan. Sebaiknya training ini diwajibkan bagi karyawan *franchisee* untuk menjaga mutu dan kualitas serta menyamakan pelayanan yang diberikan di setiap outlet *franchisee*. Biaya refresher training ini biasanya dibebankan kepada *franchisee*, namun hal ini bukan suatu ketentuan, karena biasa saja *franchisor* menggratiskan biaya training ini sebagai bentuk dukungan *franchisor* kepada outlet *franchisee*.

3. New product training

New product training atau pelatihan produk baru biasanya dilakukan sebagai bentuk sosialisasi dari *franchisor* kepada *franchisee* mengenai produk baru yang akan dijual di outlet. Pelatihan ini biasanya bebas biaya dan wajib diikuti oleh semua *franchisee*, hal ini karena sudah kewajiban bagi *franchisor* memberikan pelatihan ketika terdapat produk atau menu baru sehingga membutuhkan pelatihan agar semua *franchisee* bisa cepat memasarkan produk baru tersebut.

4. Replacement training

Replacement training atau pelatihan pengganti biasanya dilakukan apabila ada pergantian karyawan di outlet *franchisee*. Replacement training ini wajib diikuti oleh karyawan baru yang akan bekerja di outlet *franchisee*. Replacement training ini dapat

dikenakan biaya tambahan oleh *franchisor*, namun kadang karyawan baru pengganti ini tidak perlu diikuti pada replacement training dengan syarat karyawan lama yang akan digantikan tempatnya harus mengajari karyawan baru penggantinya terlebih dahulu dalam jangka waktu tertentu.

5. Training by request

Training by request atau pelatihan berdasarkan permintaan merupakan pelatihan yang dilakukan berdasarkan permintaan dari *franchisee*. Biaya pelatihan ini umumnya dibebankan kepada *franchisee*. *Franchisor* akan menyiapkan tempat, materi dan pengajar yang akan melakukan training.

Pembinaan usaha yang perlu dilakukan oleh *franchisor*, memang tidak sedikit dan perlu dilakukan berulang kali seperti yang telah ditetapkan dalam pasal 8 PP.No. 42 Tahun 2007. Hal ini bertujuan untuk membagikan pengetahuan dan wawasan dari *franchisor* yang telah berpengalaman dibidang usahanya kepada *franchisee* atau karyawan *franchisee* agar dapat meraih sukses seperti *franchisor* nya. Jadi, apabila ada bisnis *franchise* yang hanya memberikan 1 kali training diawal selama durasi 2 minggu atau bahkan 1 bulan lalu *franchisee* nya dilepas untuk berbisnis sendiri, rasanya sangat sulit bagi *franchisee* tersebut bisa meraih sukses seperti yang diraih *franchisor*. Akan tetapi yang terjadi, *franchisee* harus berusaha dan berjuang sendiri tanpa bantuan, tanpa arahan dan

masuk dalam hal pengembangan usahanya dan cara membuat bisnisnya sukses.

Oleh karena itu, penting bagi pengusaha yang telah menjadi *franchisor* untuk menyiapkan pola training, modul training, tempat training dan segala hal yang dapat menunjang program training yang berkelanjutan untuk menciptakan *franchisee* yang sukses. Karena *franchisee* yang sukses akan membuat brand atau merek dagang *franchisor* semakin berkibar lagi, tidak hanya di dalam negeri mungkin hingga mancanegara.

C. Praktek Pembinaan Usaha di *Franchise* Kebab Turki Baba Rafi Malang di Tinjau dari PP No. 42 Tahun 2007.

Dalam penelitian ini sumber data yang didapat oleh peneliti merupakan hasil dari data yang didapatkan oleh pihak *Franchisee* selama mendapatkan pembinaan usaha dan berasal dari wawancara yang dilakukan kepada pihak *Franchisee*. Dalam kegiatan Pembinaan Usaha di Kebab Turki Baba Rafi ini sesuai dalam Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 menyebutkan bahwasannya dalam pasal 8 : “Pemberi Waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan”.

1. Pelatihan

Dalam konsep pelatihan ini dilaksanakan dengan maksud tujuan untuk meningkatkan nilai tambah, atau adanya suatu inovasi tambahan dari pihak Pemberi Waralaba. Pelatihan ini dilaksanakan oleh *franchisor* ketika dari pihak perusahaan hendak mengeluarkan resep baru atau menu baru, seperti yang sampaikan Ibu Firda bahwa⁷ :

“Pelatihan ini diadakan ketika ada menu baru yang dilakukan oleh *franchisor* , jadi dari pihak *franchisee* membawa beberapa dari operator outlet senior untuk mempelajari resep dan cara memproduksinya”

Jadi dari Pelatihan ini dilakukan oleh *franchisor* ketika hendak membuka suatu menu baru, dan dilakukan ketika diadakan suatu Rapat atau Perkumpulan antara *franchisor* dan *franchisee*. Pelatihan ini tidak langsung dipraktekkan oleh *franchisee*, tetapi oleh operator outlet senior yang dimiliki oleh *franchisee*. Hal ini dimaksudkan agar sang operator senior dapat langsung memperhatikan cara memproduksi menu baru tersebut, dan selanjutnya dapat memberi arahan kepada operator lain yang dimiliki *franchisee* dalam memproduksi menu baru tersebut.

⁷ Ibu Firda, Wawancara, (Malang, 08 Maret 2014)

2. Bimbingan Operasional Manajemen

Dalam konsep operasional manajemen yang diterapkan oleh *franchisor* Kebab Turki Baba Rafi dalam hal ini dimaksudkan untuk memaksimalkan barang yang di produksi, sehingga memiliki nilai tambah tersendiri bagi konsumen. yang mana dalam hal ini bermakna arahan dan kontrol proses yang mengubah input dalam perusahaan menjadi produk demi menghasilkan barang sesuai dengan tujuan dan sasaran perusahaan. Dari hasil wawancara Ibu Firda, mengenai Bimbingan Operasional Manajemen⁸ :

“Dari operasional manajemen ini kami diwajibkan untuk membeli bahan bakunya di tempat yang ditentukan oleh pihak Baba Rafi, yaitu Stokis. Jadi, Stokis menyiapkan bahan yang dibutuhkan yaitu Daging, Roti Kulit Kebab, dan Tempat Pack Kebab, jadi bahan baku 3 tersebut wajib dibeli di Stokis. Untuk bahan pendukung lain seperti sayur, saos, mayonnaise, boleh didapatkan dari mana saja, asalkan merek dan macam nya sama seperti yang ditentukan Baba Rafi”

Dapat dipahami bahwa setiap kota besar mempunyai Stokis sendiri. Dan para Penerima Waralaba diwajibkan membeli segala kebutuhan bahan baku yang wajib di stokes. Hal ini ditujukan untuk menjaga kualitas dari hasil produksi, agar sesuai dengan tujuan dan sasaran dari perusahaan. Dilihat dari tujuannya, manajemen operasi bermaksud untuk :

⁸ Ibu Firda, Wawancara (Malang, 8 Maret 2014)

- a. Menghasilkan barang yang sesuai dengan rencana sebelum dimulai proses produksi.
- b. Mengatur produksi barang yang dihasilkan dengan harga, jumlah, kualitas yang disesuaikan dengan keutuhan.
- c. Membuat barang tersebut memiliki nilai tambah dan tidak terbuang.

Secara ringkas dari pelatihan ini dapat diambil setidaknya demi menjaga kualitas produksi ialah : rencana, tindakan, evaluasi dan perbaikan, Karena Manajemen operasional tersebut terdiri dari 2 tahap pada yang terjadi dilapangan⁹ :

- a. Sistem Informasi Produksi

Dari tahap ini *franchisor* mengatur tentang segala rencana yang diterapkan pada barang yang hendak dijual. Hal ini terkait bahan baku yang ditetapkan oleh perusahaan.

- b. Sistem Pengendalian Produksi

Dari tahap ini *franchisor* mengambil kontrol sepenuhnya, mulai dari proses pengiriman bahan baku, lalu mengatur dari bahan baku yang digunakan,

⁹ Asril Arilah, "Ruang Lingkup Operasional Manajemen", <http://asril-arilaha.blogspot.com/2011/09/ruang-lingkup-manajemen-operasional/>, diakses 12 Maret 2014.

lalu kualitas barang baku di kontrol oleh pihak *franchisor* . Hal ini di tujukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

3. Pemasaran

Dalam hal pemasaran, Perusahaan Kebab Turki Baba Rafi dalam melakukan pemasarannya cukup bagus, seperti yang diutarakan oleh Ibu Firda bahwa¹⁰ :

“Pemasaran yang disupport oleh Pihak Pusat dalam pemasaran dari produknya adalah Baba Rafi melakukan Pemasaran melalui Media Sosial, seperti Facebook, twiter, Youtube, dll. Untuk pemasaran selain itu masih kurang”

Serta dalam meningkatkan jangkauan pemasarannya Baba Rafi menggunakan penghargaan telah banyak didapatkan untuk meningkatkan nama Baba Rafi, seperti penghargaan dari: Majalah Waralaba, Indonesia Young *Franchise* Entrepreneur Award 2009, APEA Asia Pasific Entrepreneurship Award 2008, Most Promosing Entrepreneurship, The Indonesian Small Medium Business Entrepreneur Award (ISMBEA 2006), Asia’s Best Entrepreneur Under 25 versi BusinessWeek, ”Indonesia *Franchisor* of The Year” 2009, *Franchise* Top of Mind 2012.

¹⁰ Ibu Firda, Wawancara (Malang, 8 Maret 2014)

4. Penelitian

Dalam Penelitian yang dimaksud adalah penelitian terhadap Kualitas yang dikontrol terus menerus oleh pihak *Franchisor*. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Firda bahwa¹¹ :

“Proses Kontrol yang dilakukan oleh Pihak Baba Rafi adalah dengan mereka mengirimkan tim yang bertujuan untuk mengontrol dari kualitas hasil produksi, bahan, alat produksi, kebersihan dari para operator yang bertugas di outlet-outlet yang ada”

Kontrol kualitas yang dilakukan *franchisor* sebagai usaha dalam melakukan uji evaluasi, dan pengawasan untuk menjaga produk. Pada kualitas yang diinginkan dan disesuaikan pada Standar Operasional yang telah ditetapkan oleh pihak *Franchisor*.

Kegiatan operasional meliputi pemeriksaan yang dilakukan *Franchisor* adalah, pengujian bahan makanan, kelayakan bahan makanan dan peralatan produksi. Dalam hal ini, kontrol kualitas dijalankan untuk menghasilkan indikator pada berbagai tahap produksi Kebab untuk memperlihatkan bahwa semua aspek yang wajib ada telah dipenuhi. Hal ini berguna untuk mengetahui dari ketidaksesuaian kualitas sehingga membutuhkan perbaikan dan dapat mengakibatkan berkurangnya kualitas produk.

¹¹ Ibu Firda, Wawancara (Malang, 8 Maret 2014)

Kualitas produk sering dianggap sebagai alat pemeriksaan akhir. Tetapi sebaliknya bahwasannya kualitas control sangat penting, Karena kontrol kualitas (*quality control*) dilaksanakan pada proses pengolahan pada titik-titik kritis kualitas, dimana sering terjadi penyimpangan kualitas. Sehingga Kualitas Kontrol harus dilakukan dalam jangka waktu tertentu¹². Oleh karena itu, dibutuhkan data dalam proses kontrol kualitas yang dapat mengontrol dan memperbaiki setiap ketidaksesuaian produksi. Adapun keuntungan menggunakan kontrol kualitas, antara lain:

- a. Untuk mempertinggi kualitas.
- b. Menjaga kualitas bahan baku makanan.
- c. Penggunaan alat produksi lebih efisien.
- d. Mengurangi pembuangan.
- e. Memperbaiki kepercayaan antara produsen-konsumen.

5. Pengembangan Usaha

Pada konsep pengembangan usaha hal ini sangat penting, dikarenakan dalam prakteknya konsep pengembangan usaha lah yang dibutuhkan oleh pihak Penerima Waralaba (*franchisee*). Hal ini dibutuhkan karena ketika menjalankan usaha memerlukan suatu cara agar dapat mengembangkan dan memperluas usahanya, jadi saran-saran atau arahan dari

¹² Tryana, M.S, "Pengendalian Mutu Proses dengan Menggunakan Metode Statistik". Karya Tulis, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 1999),h. 30

Pemberi Waralaba (*franchisor*) sangat dibutuhkan, seperti yang diutarakan Bapak Fahmi¹³ :

“Pada pengembangan usaha ini masih sangat lemah, kami selaku *franchisee* dibiarkan berdiri sendiri dalam pengembangan usaha ini”

Ketika Pihak Penerima Waralaba di biarkan berdiri sendiri, hal ini jelas melanggar ketentuan pasal 8, dan telah terjadi wanprestasi karena merugikan pihak Penerima Waralaba (*franchisee*) karena dari situ banyak outlet yang berhenti beroperasi, tentu ini sangat merugikan dari pihak *franchisee*. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Fahmi¹⁴:

“Dalam konsep pengembangan usaha *franchisee* oleh *franchisor* masih sangat lemah, karena, pihak *franchisee* dibiarkan berdiri sendiri. Jadi ketika pihak *franchisee* hanya menjalankan SOP dari perusahaan, jadi karena itu banyak outlet *franchisee* yang tutup akibat kurangnya pelatihan ini, contohnya di wilayah jember mempunyai 9 outlet,tapi sekarang hanya sisa 1”

Tentu hal ini sangat merugikan karena tanpa arahan dari pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dapat membuat para penerima waralaba (*franchisee*) kerepotan dalam pengembangan usahanya, hal ini seperti yang di utarakan oleh bapak Fahmi¹⁵ :

¹³ Bapak Fahmi, Wawancara (Malang, 13 Februari 2014)

¹⁴ Bapak Fahmi, wawancara, (Malang, 13 Februari 2014)

¹⁵ Bapak Fahmi, Wawancara (Malang, 13 Februari 2014)

“Ketika pihak *franchisor* tidak memberikan pelatihan pengembangan usaha ini maka akan ada 3 kemungkinan, 1.) *Franchisee* Tumbuh Berkembang; 2.) *Franchisee* Tidak Tumbuh; 3). *Franchisee* Mati”

Jadi, agar dapat mempertahankan usahanya, pihak Baba Rafi Malang dalam pengembangan usahanya membuat inovasi sendiri agar tetap berjalan, seperti yang diutarakan bapak Fahmi¹⁶ :

“Inovasi yang kami lakukan diantaranya adalah melatih team sendiri, sebar brosur sendiri, tata kelola disusun sendiri, memperbanyak event-event”

Setelah melihat dari yang terjadi dalam praktek yang terjadi di lapangan, bahwasannya hal tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah ditetapkan oleh pasal 8 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007, yang mana tidak terlaksananya pembinaan usaha yang menyebabkan *franchisee* mengalami kerugian sehingga banyak outlet yang tutup akibat kurangnya pengetahuan mereka tentang mengembangkan usahanya. Ketika seorang *franchisor* tidak melakukan sesuai perjanjian yang telah disepakati bersama, maka telah terjadi pelanggaran hukum yang dapat dikenakan sanksi, menurut pasal 16 poin (1) yang berbunyi:

“Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota sesuai kewenangannya masing-masing dapat mengenakan sanksi administratif bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 10, dan/atau Pasal 11.”

¹⁶ Bapak Fahmi, Wawancara (Malang, 13 Februari 2014)

Dan ketika Peraturan diatas di langgar oleh salah satu pihak maka akan dikenakan sanksi menurut pasal 16 ayat 2, sanksi yang diberikan berupa :

- a. Peringatan tertulis;
- b. Denda; dan/atau
- c. Pencabutan surat tanda pendaftaran waralaba.

Pertama apabila salah satu pihak melakukan pelanggaran maka hal pertama yang diberikan adalah berupa surat Peringatan tertulis. Peringatan Tertulis ini diberikan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf a, dikenakan kepada Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 10, dan Pasal 11. Peringatan Tertulis ini diberikan maksimal sebanyak 3 kali, dan diberikan masa tenggang 2 minggu terhitung dari surat pertama yang diberikan.

Denda akan diberikan kepada Pemberi Waralaba yang tidak melakukan pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 atau Penerima Waralaba yang tidak melakukan pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 setelah diterbitkannya Surat Peringatan Tertulis ketiga. Denda yang dikenakan dari pelanggaran ini sesuai dengan pasal 18 ayat 2 adalah sebesar Rp 100.000.000,00 (Seratus Juta Rupiah)

Selanjutnya Pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam pasal 16 ayat (2) huruf c, dikenakan

kepada Pemberi Waralaba yang tidak melakukan pembinaan kepada Penerima Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 setelah diterbitkannya Surat Peringatan tertulis ketiga.

Ketika *franchisee* hendak melakukan tuntutan ganti rugi atau pemutusan perjanjian /kontrak sesuai dengan Pasal 1266 KUH Perdata dilakukan dipengadilan. Selengkapnya Pasal 1266 KUH Perdata menyebutkan :

Syarat batal dianggap selalu dicantumkan dalam persetujuan-persetujuan yang bertimbal balik, mana kala salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya. Dalam hal yang demikian persetujuan tidak batal demi hukum, tetapi pembatalan harus dimintakan kepada hakim.

Permintaan itu juga harus dilakukan, meskipun syarat batal mengenai tidak dipenuhinya kewajiban dinyatakan di dalam perjanjian.

Jika syarat batal tidak dinyatakan dalam persetujuan, hakim adalah leluasa untuk menurut keadaan, atas permintaan si tergugat, memberikan suatu jangka waktu, untuk masih juga memenuhi kewajibannya, jangka waktu mana namun itu tidak boleh lebih dari satu bulan.

Dari isi Pasal 1226 KUH Perdata tersebut menjelaskan bahwa ketika salah satu pihak tidak melakukan kewajibannya sehingga menyebabkan kerugian kepada pihak lain, maka pihak tersebut dapat meminta ganti rugi atau membatalkan kontrak yang bersangkutan, akan tetapi hal tersebut tidak dapat dilakukan begitu saja, akan tetapi harus melalui putusan oleh hakim lewat pengadilan. Hakim tersebut dapat membatalkan dan memutuskan perjanjian kontrak, tetapi hakim mempunyai kekuasaan untuk menilai besarnya kelalaian tersebut

dibanding dengan pembatalalan akad atau perjanjian tersebut. Menurut pasal 1266 KUH Perdata menjelaskan jangka waktu dari Pihak yang melalaikan perjanjian tersebut selama satu bulan untuk memenuhi Kewajibannya sesuai dengan yang termuat dalam kesepakatan Perjanjian yang dibuat.

Hal ini di perkuat dalam Peraturan mengenai Pihak yang dirugikan dapat meminta ganti rugi, terdapat dalam ketentuan pada pasal 1239 KUHPerdata yaitu:

“Tiap-tiap perikatan untuk berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu, apabila si berutang tidak memenuhi kewajibannya, mendapatkan penyelesaian dalam kewajiban memeberikan penggantian biaya, rugi dan bunga”

Ketentuan pasal 1239 KUHPerdata menguraikan apa yang dimaksud dengan ganti rugi dan kaitannya antara wanprestasi dengan ganti rugi dengan menyatakan bahwa pihak yang melakukan wanprestasi wajib memberikan ganti rugi berupa biaya, kerugian, dan bunga. Ganti rugi ini umumnya berbentuk uang (financial), ganti rugi diberikan apabila kerugian nyata-nyata telah terjadi dan dapat dibuktikan.

Kemudian diperkuat juga tentang Penggantian kerugian atas adanya kerugian ini pada pasal 1244 KUHPerdata yang berbunyi:

“Debitur (pihak yang wanprestasi) harus dihukum untuk mengganti biaya, kerugian dan bunga, bila ia tidak dapat membuktikan bahwa tidak dilaksanakan perikatan itu atau tidak tepatnya waktu dalam melaksanakan perikatan itu disebabkan oleh sesuatu hal yang tidak terduga, yang tidak dapat dipertanggung jawabkan walaupun tidak ada itikad buruk terhadapnya”

Yang dimaksud dengan biaya tersebut adalah semua dana yang dikeluarkan oleh pihak Penerima Waralaba (*franchisee*), Rugi adalah semua yang disebabkan oleh kerusakan yang diperoleh akibat kelalaian dari Pihak Pemberi Waralaba (*franchisor*). Jadi, penggantian biaya ganti rugi kepada pihak Penerima Waralaba (*franchisee*) adalah kerugian yang dapat dihitung dan diakumulasikan secara nyata dan dapat dibuktikan yang disebabkan kelalaian Pemberi Waralaba (*franchisor*).¹⁷

Sedangkan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, praktek yang terjadi di kebab turki baba rafi malang telah melanggar ketentuan dalam KHES di karenakan melanggar pada pasal 26 point b yang menjelaskan perjanjian akan fasad/ dapat dibatalkan ketika melanggar peraturan Perundang-undangan. Maka perjanjian itu menjadi fasad karena suatu hal yang menyebabkan salah satu pihak mengalami kerugian.

Kemudian dijelaskan dalam pasal 36 KHES menyebutkan bahwasannya pihak dapat dianggap melakukan ingkar janji apabila karena kesalahannya :

- a. Tidak melakukan apa yang dijanjikan untuk melakukannya;
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikannyatetapi tidak sebagaimana dijanjikannya;
- c. Melakukan apa yang dijanjikan, akan tetapi terlambat; atau

¹⁷ Riski Sridadi, Ahmad, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2009), h.88

d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.

Dalam perjanjian/ akad dapat saja terjadi kelalaian, baik ketika akad berlangsung maupun pada saat pemenuhan prestasi. Hukum Islam dalam cabang fiqh muamalah juga mengakui /mengakomodir wanprestasi, sanksi, ganti kerugian serta adanya keadaan memaksa, berikut ini disajikan pemikiran salah satu ahli fiqh muamalah Indonesia.¹⁸ Untuk kelalaian itu ada resiko yang harus ditanggung oleh pihak yang lalai.

Dalam kasus ini sanksinya adalah ganti rugi dari pihak yang lalai, apabila kewajiban satu pihak tidak terpenuhi dan membuat pihak lain mengalami kerugian, maka ia harus membayar ganti rugi terhadap kerugian yang ditanggung oleh Penerima Waralaba (*franchisee*), kerugian ini berupa semua kerugian yang telah diterima, bukan kerugian yang kemudian akan diterima, dan kerugian tersebut dapat dibuktikan.¹⁹

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 37 menyebutkan bahwa seseorang dikenakan sanksi ketika melakukan ingkar janji, apabila telah ditetapkan dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis yang telah dinyatakan ingkar janji, bahwa pihak dalam akad dianggap ingkar janji dengan lewatnya waktu yang ditentukan, Sehingga dalam pasal 38 menetapkan sanksi bagi para pihak yang telah melakukan wanprestasi, adalah :

¹⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), cet. Ke-1, hal. 120-121

¹⁹ Riski Sridadi, Ahmad, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, h.88

1. Membayar ganti rugi

Sesuai dengan pasal 39 menyatakan bahwa, Sanksi pembayaran ganti rugi dapat dijatuhkan apabila :

- a. Pihak yang melakukan ingkar janji setelah dinyatakan ingkar janji, tetap melakukan ingkar janji. Pada ayat ini menjelaskan bahwa pihak yang mengingkari perjanjian dikenakan ganti rugi ketika ia tidak melaksanakan kewajibannya setelah mendapatkan surat peringatan dalam jangka waktu yang ditentukan.
- b. Sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya;
- c. Pihak yang melakukan ingkar janji tidak dapat membuktikan bahwa perbuatan ingkar janji yang dilakukannya tidak di bawah paksaan.

2. Pembatalan akad;

Apabila salah satu pihak telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari ketentuan yang disepakati dalam perjanjian, maka pihak lain dapat membatalkan perjanjian tersebut. Hal ini didasarkan dari beberapa ayat al- Qur'an, antara lain dalam Surat At-Taubah ayat 7:

كَيْفَ يَكُونُ لِلْمُشْرِكِينَ عَهْدٌ عِنْدَ اللَّهِ وَعِنْدَ رَسُولِهِ إِلَّا الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ عِنْدَ الْمَسْجِدِ
الْحَرَامِ فَمَا اسْتَقَامُوا لَكُمْ فَاسْتَقِيمُوا لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ

Arinya: Bagaimana bisa ada perjanjian (aman) dari sisi Allah dan Rasul-Nya dengan orang-orang musyrikin, kecuali orang-orang yang kamu telah mengadakan perjanjian (dengan mereka) di dekat Masjidilharam? Maka selama mereka berlaku lurus terhadapmu, hendaklah kamu berlaku lurus (pula) terhadap mereka. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa.(QS. 9:7)

Pada ayat ini diterangkan bahwa Allah dan Rasul-Nya tidak dapat meneruskan dan memelihara perjanjian dengan orang-orang musyrikin kecuali dengan mereka yang mengindahkan perjanjian di dekat Masjidil Haram. Oleh karena itu sebagai patokan umum yang harus dilaksanakan oleh kaum Muslimin terhadap kaum musyrikin. Allah menjelaskan, bahwa jika mereka mematuhi syarat-syarat perjanjian, maka kaum Muslimin pun harus berbuat demikian pula terhadap mereka, Allah menyukai orang-orang yang bertakwa, sedang orang-orang yang tidak mengindahkan syarat-syarat perjanjian adalah orang-orang yang berkhianat dan tidak bertakwa kepada Allah swt²⁰.

Lalu ditambah dengan hukum yang terdapat dalam ketentuan yang terdapat dalam Al-Quran surat Al- Anfal ayat 58 yang berbunyi :

وَمَا تَخَافُ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَى سَوَاءٍ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْخَائِنِينَ ﴿٥٨﴾

²⁰ Tafsir / Indonesia / DEPAG / Surah At Taubah ayat 7

Artinya : Dan jika kamu mengetahui pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat.(QS. 8:58)

Ayat diatas menjelaskan bahwa Jika kaum Muslimin merasa ada gejala-gejala pengkhianatan dari satu golongan musuh, maka haruslah dikembalikan perjanjian itu kepada mereka dan hendaklah mereka berusaha untuk menghalangi pengkhianatan itu sebelum terjadi dengan jalan mengembalikan perjanjian itu secara jujur disertai peringatan bahwa setelah adanya pengkhianatan itu pihak kaum muslimin tidak terikat lagi dengan janji-janji apa pun terhadap mereka. Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat, dan juga tidak membolehkan pengkhianatan secara mutlak.²¹

Adapun prosedur pembatalan perjanjian adalah dengan cara terlebih dahulu kepada pihak yang bersangkutan dengan perjanjian tersebut diberitahukan, bahwa perjanjian atau kesepakatan yang telah diikat akan diberhentikan (dibatalkan), hal ini tentunya harus diberitahu alasan pembatalannya.

Setelah berlalu waktu yang memadai barulah perjanjian dihentikan secara total. Maksudnya setelah berlalu waktu yang memadai adalah agar para pihak yang bersangkutan dalam perjanjian mempunyai waktu untuk bersiap-siap menghadapi resiko pembatalan²²

²¹ Tafsir / Indonesia / DEPAG / Surah Al Anfaal ayat 58

²² Pasaribu, Chairuman Dan Suhrawardi K.Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, h. 7